الدعاية الصهيونية في الولايات المتحدة الأمريكية

وأثرها على القضية الفلسطينية

أ .سليم حاج سعد
جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي
Salim-hadj.sad@univ-eloued.dz

ملخص :

اشتغل اليهود في الولايات المتحدة الأمريكية رغم قلة عددهم على الدعاية والإعلام كطريقة للضغط على الإدارة الأمريكية، فكانت لهم مؤسسات منظمة للداعية وتنفيذ أهدافهم، كما اعتمدوا على أساليب مدروسة للتأثير على الإدارة الأمريكية في موضوع القضية الفلسطينية، وتوجيهها لكل ما يصب في مصلحة اليهود في العا لم أو في فلسطين

الكلمات المفتاحية : اليهود ، الدعاية ، الإعلام ، الولايات المتحدة الأمريكية

Abstract

The Jews in the United States of America, despite their small number of propaganda and media, acted as a way to put pressure on the American administration. They had organized institutions to advocate and implement their objectives. They also relied on well-studied methods to influence the American administration on the Palestinian issue. In Palestine

أصبح الحديث عن أهمية الدعاية ووسائل الإعلام وقدرتها على التحوير والإقناع والتأثير بات من نافلة القول ومن البديهيات المسلمة ، حتى ولو قيل أن وسائل الإعلام تستطيع إقامة الحجة على أن كتلة من الحجر هي قطعة من الذهب الخالص لكان القول غير بعيد عن الحقيقة ، ومن هنا بات معلوما أن لوسائل الإعلام القدرة على توجيه الرأي العام ، ولهذا ركز اليهود في هذا المجال فأصبحوا ملوك الصحافة وأباطرة الاستثمار في المجال الإعلامي ووسائله من وكالات الأنباء والتلفزيون والمجلات وغيرها[1] .

وبذلك كان النشاط اليهودي الإعلامي في الغرب قديما جدا ومنظما لاسيما في الولايات المتحدة الأمريكية حيث وصلت وسائل الدعاية والإعلام إلى درجة كبيرة من الإتقان وسادت عدة مجالات خاصة التجارة والسياسية ، فقد أصبحت المؤسسات الإعلامية تسوق المرشحين وكأنهم سلع تجارية تروج لها مقابل رسوم كبيرة ، فكان عملها في هذا الشأن أقرب للعمل التجاري منه إلى خدمة المصلحة العامة ، فالحقيقة في النظام الديمقراطي الغربي هو ما تريده وسائل الإعلام ، والتي يفترض أنها تمثل الحرية والديمقراطية[2] ، بالإضافة إلى مساهمي ومالكي الشركات الأمريكية من محطات إذاعية وتلفزيونية أكثرهم تحت سيطرة اليهود الأمريكيين ، ومعدل تملكهم يصل إلى 70 %[3] من جميع وسائل الإعلام والإشهار وكذا شركات الأفلام والسينما والمسرح حتى سيطروا عليها بشتى الوسائل[4] .

وقد لجأ اليهود من أجل إحكام السيطرة عل وسائل الإعلام الأمريكية إلى تأسيس تنظيمات منها :

- **المجلس الصهيوني الأمريكي** : ويتضمن عدة لجان وهي :

. لجنة الصحافة : ومهمتها جمع المواد الصحفية من شتى أنحاء العالم ويتصل بهذه اللجنة مكتب البحوث ، ومن عمله إعداد المواد التي تعد للرد على أي هجوم،

ويعطي رأيه في الكتب الجديدة ويتدخل أيضا في إعداد المواد الخاصة بالكتب المدرسية في موضوع إسرائيل[5] .

لهذا كانت الصحافة المادة الخام التي استخدمها اليهود للسيطرة على وسائل الإعلام ، وفي هذا السياق يؤكد أحمد نوفل " إن قليلين في الواقع هم الذين ينكرون السيطرة اليهودية على الصحف الكبرى في الولايات المتحدة بصورة تتجاوز كثيرا نسبة اليهود بين الأمريكيين ، والأمر كذلك في نسبة اليهود العاملين في مجالات الإعلام والتعليق والفنون" .

فقد صدرت أول صحيفة يومية فبي أمريكا سنة 1690م عن مؤسسة هارسين للنشر لكنها أعلنت بعد يوم واحد من صدورها بسبب عدم حصولها على ترخيص ، وفي جانفي سنة 1741م أندرو" براد فورد " أول مجلة أسبوعية في الولايات المتحدة تحت اسم " أمريكا مغزين " ، وبعد سبعة أيام من صدورها أصدر" بنيامين فرانكلين " مجلة أسبوعية أخرى اسمها " جنرال مغزين "[6].

ولقد استغل اليهود وسائل الإعلام في الولايات المتحدة لخدمة أغراضهم وذلك تماشيا مع نظرياتهم الكثيرة للسيطرة على شعوب العالم وقيادتهم[7] ، حيث يعتبر " جوزيف بولتيرز " أشهر رواد الصحافة الأمريكية الحديثة الذي ينحدر من أصل يهودي ، والذي أسس سنة 1878م صحيفة " سانت لويس بوست ديسباتش " ثم اشترى سنة 1883م أشهر صحيفة أمريكية آنذاك وهي صحيفة " نيويورك وورلد " وتعتبر صحيفة " برج صهيوني للمراقبة " أول صحيفة صهيونية الاسم صدرت في الولايات المتحدة ، والتي أصدرها تاجر يهودي اسمه " شارل تارزسل "[8] .

وحاليا فإن ملكية أكبر صحيفتين أمريكيتين على الإطلاق هي لليهود وهما " نيويورك تايمز " و " واشنطن بوسط " ، فأما نيويورك تايمز التي يعتبر كافة مجلس إدارتها يهود[9] ، ويعتبر المساهم الأكبر فيها هو " جوجلوس آديمز " اليهودي الأصل حيث

تبنت هذه الصحيفة وجهة نظر صهيونية في قضية فلسطين منذ بداياتها الأولى[10] ، وكانت آراء اليهود تجد ترحيبا على صفحاتها ومن ذلك مقال كتبه " حايم وايزمن " أول رؤساء إسرائيل في عددها الصادر في 04 فيفري 1924م قال فيه أن أنباء الاضطرابات بين العرب واليهود في فلسطين قد بولغ فيها ، وأن الأمر لا يتعدى مشاجرات بسيطة[11] .

أما صحيفة " واشنطن بوسط " التي تأتي في المرتبة الثانية بعد " نيويورك تايمز " هي الأخرى تخضع للسيطرة الصهيونية[12] ، وتستأثر " واشنطن بوسط " بأهمية خاصة بسبب انتشارها في أوساط الأجهزة الحكومية الأمريكية التي تتحكم في رسم سياسة الولايات المتحدة ، وترجع سيطرة اليهود عليها إلى سنة 1933م عندما انتهز اليهودي " يوجين ميز " فرصة تدهور الحالة المالية لصاحبها " جون ماكلاين " فقام بشراء الصحيفة بأرخص الأثمان ، وقد وصل توزيع الصحيفة في اليوم حوالي 620 ألف نسخة في عام1981م[13] ، كما سيطر اليهود سيطرة كاملة على " نيويورك بوسط " و" شكاغو تربيون " و" دالاس مورتنغ نيوز " ويبدو واضحا من أسماء هذه الصحف أنها تغطي مساحات كبيرة في الولايات المتحدة ولا تتركز في المدينتين اللتين تعدان المركز الأول للصحافة الأمريكية (نيويورك وواشنطن)[14] ، ويسعى اليهود إلى بسط نفوذهم في المجال الإعلامي من خلال عدد من الصحف التي لا تتعدى شهرتها إلى خارج أمريكا كصحيفة " الأمة " التي يمتلكها اليهوديان " فريد كير " و " فيكتور برنشتين " بالإضافة إلى صحيفة " العرض " وصحيفة " بريد واشنطن " لصاحبها " ماير " وصحيفة " الصوت اليهودي " بكاليفورنيا ...إلخ.

وبما أن اليهود يملكون الكثير من الصحف التي تصدر في الولايات المتحدة فهذا لا يمنع من امتلاكهم لمعظم شركات صناعة الورق والمطابع ، وشركات الإعلانات لكافة أنواع الدعاية للمصانع والبضائع[15] ، ولذا نجد أن معظم الصحف والمجلات

الصادرة في أمريكا سواء كانت في المدن أو العواصم الكبرى تلجأ إلى هذه الشركات فهم يبيعون لهم الورق أو يمنعون ويوزعون عليهم الإعلانات أو يرفضون إلى غير ذلك من وسائل التحكم ، ولهذا نجد أنه لا يمكن لأي جريدة مهما كانت اللغة التي تتحدث بها أن تتجرأ على ذم اليهود أو الإساءة لهم بأي كلمة ، لأنها إن فعلت قطعت عنها الإعلانات ، وهذا كما حدث لجريدة " أكلوهوما سيتي " التي زارها " غليمة " بصفته مكلف رسمي إلى واشنطن[16] من قبل الحكومة اللبنانية ودعي لزيارة هذه الجريدة التي صرح فيها بكل عفوية حديث قال فيه " لا يحق لليهود تاريخيا بالعودة إلى فلسطين لأنهم تركوها منذ آلاف السنين وأن حق اليهود كحق الهنود الحمر الذين يقيمون قي أوكلاهوما فلا يحق لهم طرد الشعب الأمريكي والإحلال مكانهم " وما إن نشرت هذه الكلمة حتى توقفت هذه الجريدة في اليوم الثالث عن الصدور وانقطعت عنها الأخبار والإعلانات ، ومن هذا يلاحظ تأثير اليهود والوكالة الصهيونية في جميع أنحاء الولايات المتحدة[17] .

كما جاء في حديث ألقاه الجنرال " براون " قائد الجيش الأمريكي سنة 1975م تذمره من الفئات الصهيونية متهما إياها ببسط نفوذها على الصحافة الأمريكية[18] ، والمال وبين رجال السلطة التشريعية في واشنطن وذلك لمصلحة إسرائيل وهذا من خلال تعرض مخازن الأسلحة الأمريكية إلى التفريغ من طرف الأيدي الصهيونية ، وكانت النتيجة فيما بعد أنه سرعان ما سحب كلامه في لقاءه مع الصحافة وهذا بعد التوبيخ الذي تعرض له من قيل الرئيس " فورد " حيث قال " براون "أنا شخص جاهل لا أفهم شيئا في السياسة "[19] ، كما يلاحظ أن هناك تزايد مستمر لظهور الصحف الأسبوعية والشهرية حيث توجد أكثر من 75 مجلة أسبوعية في جميع أنحاء الولايات المتحدة من بينها " جوشي برس " التي تصدر في نيويورك بالإضافة إلى مجلة " كومنتري " التي تصدرها اللجنة اليهودية الأمريكية منذ عام

1945م ونعد من أبرز المجلات باللغة الإنجليزية في العالم ، كما يصدر المؤتمر اليهودي الأمريكي مجلة شهرية وأخرى ربع سنوية وهي دورية علمية تقدم دراسات عن اليهود[20] .

وهكذا نجح اليهود بمعاونة الفئات الموالية لهم في إسكات الصوت الذي يتعرض لهم بالسوء أو النقد[21] .

. لجنة الإذاعة والتلفزيون :

عملها إعداد المواد الهامة للاتصال بالقادة الكبار وتنظيم الأحاديث للإذاعة ، وعقد المقابلات بالنسبة للتلفزيون والرد على الدعاية المضادة ، وليس عجيب أن ترى التلفزيون الأمريكي يخصص برامج أسبوعية لكبار الكتاب الأمريكيين للقيام بالدعاية لإسرائيل[22] ، والتأثير في أفكار الناس حيث نجد أن أغلب العاملين في التلفزيون أكثريتهم من اليهود ، فمثلا الشركات الكبرى التي توجد في الولايات المتحدة مثل " أن بي سي " و " أيه بي سي " و " سي بي أس "تعتبر من أكبر المؤسسات الفعالة التي لها تأثير كبير على الجماهير حيث أن الشعب الأمريكي يصدق كل ما يصدر عن هذه المؤسسات حتى لو كانت خاطئة [23] ، وبالتالي فإن اليهود يسيطرون سيطرة كاملة على أغلب وكالات الأنباء الأمريكية ، وهذا يعني أن الفكر الصهيوني يتحكم في صياغة ونقل الأخبار كشركة " كولومبيا " للإذاعة والتلفزيون المنتشرة عبر أنحاء الولايات المتحدة[24] .

. لجنة الشؤون الدينية : يهتم بالشؤون الدينية ، وقد استخدمه اليهود كوسيلة وأسلوب تعبوي للجاليات اليهودية المقيمة في الولايات المتحدة[25] ، حيث ربطت العهد الجديد (الإنجيل) بالعهد القديم (التوراة) ثم قامت بتفسيرات لهما بشكل يتناسب وأهدافهم ويخدم أغراضهم وقد كان العامل الديني مؤثرا وبشكل فعال على المجتمع الأمريكي ، وحقق نجاحا لدى اليهود الذين سيطروا بواسطته لفترة طويلة ،

وازدادت أكثر بظهور المذهب البروتستانتي الذي يعتمد في قواعده على التوراة حيث نجد نسبة البروتستانت في الولايات المتحدة تصل إلى 60% والكاثوليك 30% أما 10% فهي للطوائف الدينية الأخرى ولذا كان العامل الديني عاملا فعالا ومؤثرا في المجتمع الأمريكي[26] .

. لجنة الشؤون الاجتماعية :

وهي تهتم بالشؤون الاجتماعية والملاحظ للمجتمع الأمريكي أن القيم الاجتماعية والأخلاقية منحطة[27] ، فلا توجد روابط عائلية ولا سلطة أبوية وهذا بسبب الحرية المطلقة التي تتمتع بها ، والتي كان مصدرها تلك الأفكار التي يغذي بها اليهود عقول الشباب لأنهم . اليهود . يعتقدون بأنهم شعب الله المختار وأن الشعب الأمريكي وجد لخدمتهم[28] .

. لجنة الشؤون العامة :

تهتم بالاتصالات والتنسيق والسينما ، وتبقى السينما والمسرح من أقوى أسلحة الدعاية الصهيونية[29] ، لما لها من تأثير قوي في نفوس الجماهير ، فتشير التقارير لأحد المسؤولين العاملين في صناعة السينما أن عدد اليهود في هوليود مثلا بلغ 90%[30] من مجموع العاملين وأن هؤلاء استطاعوا استمالة أكثر العاملين في الحقل السينمائي والمسرحي في الولايات المتحدة للمشاركة في الفعاليات الفنية للدعاية الصهيونية[31] .

الهستترود* :

وهو الإتحاد العام للعمال ، وهو جهاز خطير للغاية حيث يسيطر على الحركة العمالية في الولايات المتحدة ، وقد بنى سياسته على مبادئ منها :

. الاشتراك في الاتحادات العمالية الدولية .

. إيجاد علاقات عامة مع أكبر عدد ممكن من الاتحادات العمالية[32] .

كما يجب الإشارة إلى أنه من وسائل الدعاية التي نجح اليهود في استخدامها المتاحف حيث قاموا بواسطتها على إلى أفكارهم وثقافتهم في عقول الأمريكيين معتمدين على شيئين هما :

*1. حب اليهود والتعاطف معهم .

*2. كراهية الألمان والنازية والعرب .

وقد تفنن اليهود بأحدث الوسائل والأساليب العلمية في التأثير على من يدخل هذه المتاحف ، فصاغوا تاريخا خاصا للإبادة التي تعرض لها اليهود عبر التاريخ حيث يعرضونه بشكل وثائقي جذاب ومؤثر[33] ، ومن بين هذه المتاحف نذكر " المتحف اليهودي بنيويورك " الذي يعتبر من أكبر المتاحف والذي تأسس سنة 1904م ، ومتحف "سكيربال " لكلية الإتحاد العبري بلوس أنجلس والذي تأسس سنة 1972م ، وكذا متحف " بناي كلونزنيك " في واشنطن والذي تأسس سنة 1951م ، ومتحف " يهوذا ماجنين السكاريني " في بركلي بكاليفورنيا حيث تم افتتاحه 1952م ، ومتحف " أسبيرفوس " للمقتنيات اليهودية في شبكاغو الذي يعتبر أكبر المتاحف للجماعة اليهودية في الولايات المتحدة ، وتأسس سنة 1967م ومتحف جامعة " شيفاه " في مدينة نيويورك وتأسس سنة 1973م ، وأخيرا " المتحف القومي للتاريخ اليهودي الأمريكي " في فيلادلفيا والذي تأسس سنة 1936م وهو مخصص بالدرجة الأولى لتوثيق تاريخ الجماعة اليهودية في الولايات المتحدة[34] .

أساليب الإعلام الصهيوني :

لم تكن إسرائيل منذ نشأتها سنة 1948م بحاجة إلى أساليب وطرق عمل في أوربا وأمريكا خاصة ، وذلك أن الحركات الصهيونية قد استطاعت خلال السنين التي سبقت ذلك أن تكسب من المؤيدين والحلفاء عددا كافيا لخلق رأي عام مندفع وراء

أهداف الصهيونية ، ولذلك كان هدف الإعلام الصهيوني في أمريكا هو الاحتفاظ بهم واستمرار تأييدهم من أجل السيطرة والتحكم[35] ، وخدمة أهدافهم وأطماعهم الكبرى ، فقد عرفت الدعاية الصهيونية أن تخاطب الناس حسب مستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية أو حسب توجهاتهم الفكرية والعقائدية[36] .

وقد ركز الإعلام الصهيوني منذ نشأته على مراكز الثقل السياسية والاقتصادية العالمية ، أي في البداية على أوربا ثم الولايات المتحدة .كما سبق الذكر . حيث جعلت الدعاية الصهيونية من المجتمع الأمريكي في يد الإدارة الأمريكية المؤيدة للمخططات الصهيونية والمتفقة مع الدور الإسرائيلي ووجوده في منطقة الشرق الأوسط ، فكانت تفرض كل ما يجب أن يقال وتسحب ما لا ترغب في الحديث عنه[37] مستخدمة في ذلك أساليب متعددة ، يمكن التعرف على أكثر أساليب الدعاية استخداما بصورة علمية :

*** أسلوب التكرار :**

تلجأ الدعاية بكل أشكالها السياسية أو التجارية إلى هذا الأسلوب انطلاقا من قناعتها بأن الجماهير سريعة النسيان وعليه يجب على القائمين بالدعاية أن يلجؤوا إلى أسلوب التكرار حيث أن مجرد تكرار فقرات أو جمل معنية تؤدي إلى تصديقها حتى لو كانت كاذبة فبتكرارها يمكن أن تستقر ويصدقها الناس ويعود ذلك إلى أن معظم الأشياء التي نعرفها إنما نتقبلها لأنها تأتينا من مصدر موثوق فيه وليس لأنها جزء من خبرتنا الخاصة .

*** أسلوب المبالغة :**

ربما تظهر المبالغة في الدعاية التجارية أكثر منها في السياسية[38] .

*** أسلوب الاستعطاف :**

هو أسلوب محبب لديهم حيث يسعون بكل الطرق من أجل كسب تأييد الرأي العام والحصول على عطفه ، ولتحديد وترسيخ الصورة التي يريدون رسمها في عقول الناس عن إسرائيل وذلك بالاعتماد على تاريخ اليهود ونكساتهم المتكررة .

* **أسلوب المناورة والمراوغة** : وهذا الأسلوب هو أحد الأساليب الرئيسية التي يرتكز عليها الإعلام الصهيوني ، فهو يقوم من خلاله بتحويل أنظار الرأي العام عن المسائل الحساسة التي تضرهم أو تألمهم أو تفضحهم[39] .

* **أسلوب التقمص والتماثل** :

تحاول الدعاية الصهيونية صياغة الأفكار باللغة التي ينبغي استخدامها للوصول إلى الجماهير إذا لزم الأمر صياغة الرسالة الدعائية باللهجة المحلية (العامية) وهذا الأسلوب استخدمته الدعاية الصهيونية في حرب 1967م ، ولعل أقوى مثال إلى ذلك برنامج " حديث ابن رافدين " في العراق باللغة العامية[40] .

* **الابتزاز والتهديد** :

يسعى هذا النوع من الأساليب إلى ابتزاز رجال السياسة وتخويفهم من فقدان مناصبهم إن لم يخضعوا لرغبات الدعاية الصهيونية ، ولذلك فهم في حالة خوف دائم مخافة تحطيمهم سياسيا وفتح ملفاتهم وهذا خاصة أثناء وبعد الحرب العالمية الثانية .

* **التزوير** :

هو أسلوب ناجح إلى أقصى الحدود ، وهذا الأسلوب يكون موجها بالدرجة الأولى وبشكل خاص إلى الإنسان العادي متوسط الثقافة ، حيث يصدق كل ما يقال إليه ، وهو أسلوب قديم لدى الدعاية الصهيونية .

* **التشنيع بالخصم** :

لقد تفنن الإعلام الصهيوني في وصف خصومه بأبشع تصوير وذلك لجعله مذموما ومكروها من أجل عزله عن التأثير ، ومثال ذلك ما حدث للرئيس الأمريكي " بيل كلينتون " وقضية " مونيكا لوينسكي " وذلك بعد زيارته للمجلس التشريعي الفلسطيني .

*** التعظيم والتلميع :**

حيث صور الإعلام الصهيوني للرأي العام الأمريكي بأن إسرائيل هي البلد الناجح والأعجوبة وأنها هي المنتصر دوما[41] ، لأنها حققت المعجزات التي حولت الصحراء " فلسطين " إلى جنة خضراء وكذا التذكير المتواصل بأن إسرائيل هي تحقيق للنبوءة الدينية التي وردت في العهد القديم " التوراة "[42] .

[1] أحمد نوفل : المرجع السابق ، ص 115 .
[2] جهان أحمد رشى : المرجع السابق ، ص 460 .
[3] نصار غليمة : سيطرة إسرائيل على الولايات المتحدة الأمريكية ، ط1 ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، 1981 ، ص 179 .
[4] عبد العفو سنقراط داود : المرجع السابق ، ص 104 .
[5] جهان أحمد رشى : المرجع السابق ، ص 453 .
[6] زياد أبو غنيمة : المرجع السابق ، ص 83 .
[7] عبد العفو سنقراط داود : المرجع السابق ، ص 104 .
[8] زياد أبو غنيمة : المرجع السابق ، ص 34 .
[9] أحمد نوفل : المرجع السابق ، ص 120 .
[10] زياد أبو غنيمة : المرجع السابق ، ص 35 .
[11] زياد أبو غنيمة : المرجع السابق ، ص 35 .
[12] مصطفى الدباغ : الحرب النفسية الإسرائيلية ، شركة الشهاب للنشر والتوزيع ، الجزائر ، ص 35 .

[13] زياد أبو غنيمة : المرجع السابق ، ص 35 .

[14] أحمد نوفل : المرجع السابق ، ص 120 .

[15] مصطفى الدباغ : المرجع السابق ، ص 24 .

[16] نصار غليمة : المرجع السابق ، ص 179 .

[17] الرجع نفسه ، ص 180.

[18] زياد أبو غنيمة : المرجع السابق ، ص 131 .

[19] غازي السعدي : الإعلام الإسرائيلي ، ط1 ، دار الجليل للنشر والدراسات والأبحاث الفلسطينية ، ص 154 .

[20] عبد الوهاب المسيري : موسوعة اليهود واليهودية والصهيونية،

[21] غاز السعدي : المرجع السابق ، ص 152 .

[22] عبد اللطيف حمزة : الإعلام والدعاية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1984 ، ص 153 .

[23] نصار غليمة : المرجع السابق ، ص 181 .

[24] غازي السعدي : المرجع السابق ، ص 183 .

[25] أحمد نوفل : المرجع السابق ، ص 126 .

[26] .نصار غليمة : المرجع السابق ، ص ص 135 .136 .

[27] عبد اللطيف حمزة : المرجع السابق ، ص 154.

[28] نصار غليمة : المرجع السابق ، ص ص 198 .

[29] عبد اللطيف حمزة : المرجع السابق ، ص 154 .

[30] مصطفى الدباغ : المرجع السابق ، ص 23 .

[31] غازي السعدي : المرجع السابق ، ص 113 .

[32] عبد اللطيف حمزة : المرجع السابق ، ص 134 .

[33] أحمد منصور : المرجع السابق ، ص ص 193 .194 .

[34] عبد الوهاب المسيري : موسوعة اليهود والهودية والصهيونية ،

[35] غازي السعدي : المرجع السابق ، ص 119 .

[36] جهان أحمد رشى : المرجع السابق ، ص 410 .

[37] محمود اللبدي : أساليب الإعلام الصهيوني ، ط1 ، مطابع الكرمل الحديثة ، بيروت ، 1982 ، ص 41 .

[38] سلمان عبد الله سعد : المرجع السابق ، ص 31 .

[39] محمود اللبدي : المرجع السابق ، ص 53 .

[40] سلمان عبد الله سعد : المرجع السابق ، ص 32 .

[41] محمود اللبدي : المرجع السابق ، ص 54 .

[42] غازي السعدي : المرجع السابق ، ص ص 119 . 120 .